

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK
PADA UMKM TEMPE PAK DE SORI**



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Menyusun Skripsi Pada Program
Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis**

Oleh:

**YULI ELISA
NPM 062240632874**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

2026

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK
PADA UMKM TEMPE PAK DE SORI**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Program Studi Manajemen Bisnis pada
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**YULI ELISA
NPM 062240632874**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA
NIP 197602222002121001**

**Palembang, Juli 2026
Pembimbing II,**

**Kiki Azakia, S.E., M.E
NIP 199401242024212044**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari Lestari Z.R, S.E., M.Ec., CHE
NIP. 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIV Manajemen Bisnis,**

**Ketu Purnamasari, S.E., M.Si
NIP 198907262019032015**

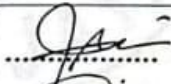
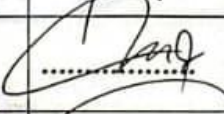
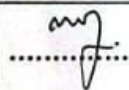
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yuli Elisa
NPM : 062240632874
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/ Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media
Promosi Produk Pada UMKM Tempe Pak De
Sori
Relevansi Mata Kuliah : Kewirausahaan

Telah dipertahankan dihadapan Dosen Penguji Pada Ujian Skripsi Program
Studi Manajemen Bisnis

Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Senin
Tanggal: 24 Juli 2026

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Heri Setiawan, S.E.,M.AB.,CPMA Ketua Penguji		27 Juli 2026
2	Dr. Divianto, S.E.,M.M Anggota Penguji I		08 Agustus 2026
3	Fernando Africano, S.E.I.,M.Si Anggota Penguji II		21 Juli 2026
4	Mahmud Junianto, S.Psi.,M.Psi Anggota Penguji III		22 Juli 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama : Yuli Elisa
NPM : 062240632874
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Manajemen Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media
Promosi Produk Pada UMKM Tempe Pak
De Sori

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Skripsi ini bukanlah plagiat/salinan skripsi milik orang lain.
3. Apabila skripsi saya plagiat/menyalin skripsi orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2026

Yang Membuat Pernyataan


Yuli Elisa

NPM 062240632874

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Every flower blooms in its own season. No matter how long the journey takes, every sincere effort will eventually find its destination.

Like the windmills that keep turning against the wind, success is built not by waiting for easy days, but by moving forward through every challenge."

"Born to Win, Built to Endure."

Kupersembahkan Kepada :

- *Kepada Orang Tua Tercinta*
- *Saudara-saudara ku Tersayang*
- *Kedua dosen pembimbingku*
- *Sahabat seperjuangan*
- *Almameter Kebanggaan*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur Penulis Panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-nya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan baik. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini khususnya kepada :

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.EC., CHE selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB selaku Sekretaris Jurusan Adminisrrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Ketu Purnamasari, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi DIV Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B., CPMA selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
6. Ibu Kiki Azakia, S.E.,M.E selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
7. Bapak Apsori selaku pemilik UMKM Tempe Pak De Sori yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan mengambil data untuk menunjang penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen, Karyawan dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis.
9. Kedua Orang Tua, Adik-Adik, serta Keluarga yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Teman seperjuangan 8 MBB. Terima kasih sudah menjadi teman kelas yang berkesan selama 4 tahun berada di bangku perkuliahan ini.

11. Sahabat terdekat penulis, Destri Utami.. Terima kasih karena selalu bersedia mendengarkan setiap cerita, memberikan motivasi, serta membantu penulis ketika menghadapi berbagai kesulitan selama masa perkuliahan.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Atas segala bantuan dari semua pihak, penulis ucapkan terima kasih.

Palembang , 2025



Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi pada UMKM Tempe Pak De Sori"**, yang membahas mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi pada UMKM Tempe Pak De Sori melalui analisis SWOT yang meliputi Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), *External Factor Analysis Summary* (EFAS), Kuadran SWOT, dan Matriks SWOT dalam merumuskan strategi promosi yang sesuai dengan kondisi usaha.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi penyusunan maupun isi, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala bantuan, doa, dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi salah satu referensi bagi para pembaca.

Palembang, 2026

Penulis



Yuli Elisa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media promosi pada UMKM Tempe Pak De Sori serta merumuskan strategi promosi yang sesuai berdasarkan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha, karyawan, konsumen, dan ahli pemasaran. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT yang didukung oleh *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), *External Factor Analysis Summary* (EFAS), Kuadran SWOT, dan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dilakukan melalui pembuatan akun Instagram, penyusunan profil usaha, serta pembuatan konten promosi menggunakan fitur *Feed*, *Story*, dan *Reels*. Sebelum menggunakan Instagram, promosi dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung, komunikasi dari mulut ke mulut, dan *WhatsApp*. Setelah Instagram digunakan, akun berhasil memperoleh 8.942 tayangan, menjangkau 5.693 akun, menghasilkan 94 interaksi, dan memiliki 176 pengikut. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Tempe Pak De Sori berada pada Kuadran I dengan skor IFAS sebesar 2,82 dan EFAS sebesar 3,10 sehingga strategi yang sesuai adalah *growth oriented strategy*. Penelitian ini memberikan manfaat sebagai dasar dalam pengembangan strategi promosi *digital* yang dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran UMKM Tempe Pak De Sori.

Kata Kunci: Instagram, Media Promosi, SWOT, UMKM Tempe Pak De Sori

ABSTRACT

This study aims to analyze the utilization of Instagram as a promotional media at Tempe Pak De Sori MSME and to formulate appropriate promotional strategies based on SWOT analysis. The research employed a qualitative method with data collected through interviews, observations, and documentation. The research informants consisted of the business owner, employees, consumers, and a marketing expert. Data analysis was conducted using SWOT analysis supported by the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Matrix, External Factor Analysis Summary (EFAS) Matrix, SWOT Quadrant, and SWOT Matrix. The results showed that Instagram was utilized as a promotional media through account creation, business profile development, and promotional content creation using Feed, Story, and Reels features. Prior to the implementation of Instagram, promotional activities were carried out conventionally through direct selling, word-of-mouth communication, and WhatsApp. After Instagram was utilized, the account achieved 8,942 impressions, reached 5,693 accounts, generated 94 interactions, and gained 176 followers. The SWOT analysis results indicated that Tempe Pak De Sori MSME was positioned in Quadrant I, with an IFAS score of 2.82 and an EFAS score of 3.10, indicating that the appropriate strategy is a growth-oriented strategy. This study provides recommendations for developing digital promotional strategies that can help expand the marketing reach of Tempe Pak De Sori MSME.

Keywords: Instagram, Promotional Media, SWOT, Tempe Pak De Sori MSME

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	11
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II STUDI PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	9
2.1.2 Pemasaran	10
2.1.3 Promosi Dalam Pemasaran.....	11
2.1.4 <i>Digital marketing</i>	12
2.1.5 Media Sosial Sebagai Media Promosi	13
2.1.6 Instagram Sebagai Media Promosi	14
2.1.7 Keunggulan Instagram Untuk Promosi UMKM.....	15
2.1.8 <i>Brand Awareness</i>	16
2.1.9 Analisis SWOT	17
2.1.10 Matriks IFAS dan EFAS.....	19
2.1.11 Matriks SWOT dan Strategi SWOT.....	21

2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Definisi Konsep.....	33
3.2.1 Fokus Penelitian.....	42
3.3 Informan Penelitian.....	42
3.3.1 Kriteria Informan	44
3.3.2 <i>Key Informant</i>	45
3.4 Sumber Data.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	50
3.7 Teknik Analisis Data	53
BAB IV.....	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Hasil	58
4.1.1 Identitas Usaha UMKM Tempe Pak De Sori.....	58
4.1.2 Kondisi Promosi UMKM Sebelum Menggunakan Instagram ...	64
4.1.3 Pembuatan Media Sosial Instagram	66
4.1.4 Identifikasi Faktor SWOT UMKM Tempe Pak De Sori.....	71
4.1.5 Pembuatan Konten Instagram	77
4.1.6 Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi.....	85
4.2 Pembahasan.....	86
4.2.1 Analisis SWOT	86
4.2.2 Analisis IFAS dan EFAS	91
4.2.3 Analisis Kuadran SWOT	102
4.2.4 Matriks SWOT dan Strategi Promosi Instagram	106
4.2.5 Strategi Kalender Posting Instagram.....	114
4.2.6 Hasil Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi.....	117
BAB V.....	129
KESIMPULAN DAN SARAN	129
5.1 Kesimpulan	129
5.2 Saran.....	130

DAFTAR PUSTAKA	132
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Kriteria UMKM	1
Tabel 2.1 Tabel Matriks SWOT	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Penjelasan Konten 1 <i>Feed</i> Instagram	79
Tabel 4.2 Penjelasan Konten 2 <i>Feed</i> Instagram	80
Tabel 4.3 Penjelasan Konten 3 <i>Feed</i> Instagram	81
Tabel 4.4 Penjelasan Konten 4 <i>Feed</i> Instagram	82
Tabel 4.5 Penjelasan Konten 5 <i>Feed</i> Instagram	83
Tabel 4.6 Penjelasan Konten 6 <i>Feed</i> Instagram	84
Tabel 4.7 Kriteria Pemberian Rating.....	93
Tabel 4.8 Matriks IFAS UMKM Tempe Pak De Sori	95
Tabel 4.9 Matriks EFAS UMKM Tempe Pak De Sori	99
Tabel 4.10 Dasar Perumusan Strategi SWOT.....	107
Tabel 4.11 Matriks SWOT UMKM Tempe Pak De Sori	108
Tabel 4.12 Kalender Posting Konten Instagram	115

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Konsumsi Tempe Per Kapita Di Indonesia Tahun 2020-2025	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Logo UMKM Tempe Pak De Sori	60
Gambar 4.2 Langkah 1 Pembuatan Akun Instagram	66
Gambar 4.3 Langkah 2 Pembuatan Akun Instagram	67
Gambar 4.4 Langkah 3 Pembuatan Akun Instagram	68
Gambar 4.5 Langkah 4 Pembuatan Akun Instagram	69
Gambar 4.6 Langkah 5 Pembuatan Akun Instagram	70
Gambar 4.7 Postingan Konten 1	77
Gambar 4.8 Postingan Konten 2	78
Gambar 4.9 Postingan Konten 3	79
Gambar 4.10 Postingan Konten 4	80
Gambar 4.11 Postingan Konten 5	80
Gambar 4.12 Postingan Konten 6	82
Gambar 4.13 kuadran SWOT.....	83
Gambar 4.14 Hasil <i>Insight</i>	110
Gambar 4.15 Jangkauan Akun	111
Gambar 4.16 Pertumbuhan Pengikut	113
Gambar 4.17 Konten Dengan Performa Terbaik	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi (Pembimbing I)

Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi (Pembimbing II)

Lampiran 3 Lembar Bimbingan Skripsi (Pembimbing I)

Lampiran 4 Lembar Bimbingan Skripsi (Pembimbing II)

Lampiran 5 Lembar Kunjungan Mahasiswa

Lampiran 6 Rekomendasi Ujian Skripsi

Lampiran 7 Lembar Revisi Skripsi

Lampiran 8 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi

Lampiran 9 Lembar Hasil Wawancara

Lampiran 10 Surat Izin Usaha

Lampiran 11 Konten-Konten Instagram

Lampiran 12 Dokumentasi Tempat Usaha